

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Rainer Funke, Dr. Edzard Schmidt-Jortzig, Jörg van Essen, Rainer Brüderle, Ernst Burgbacher, Horst Friedrich (Bayreuth), Dr. Helmut Haussmann, Dr. Heinrich L. Kolb, Jürgen Koppelin, Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, Hans-Joachim Otto (Frankfurt), Cornelia Pieper, Dr. Hermann Otto Solms, Dr. Wolfgang Gerhardt und der Fraktion der F.D.P.

Internet-Vertriebsform „Powershopping“ und deutsche Verbraucherschutzgesetze

Mit den Urteilen des Oberlandesgerichts Hamburg (Aktenzeichen 3 U 230/99) und des Landgerichts Köln (Aktenzeichen 31 O 990/90) zeichnet sich im Internet-Medium eine große Rechtsunsicherheit um die Zulässigkeit des sog. „Powershopping“ ab. Hierbei handelt es sich um Internet-Anbieter, die gezielt Interessenten für bestimmte Waren anwerben, um aufgrund einer möglichst großen Interessentenzahl Preisrabatte bei Verkäufern zu erzielen. Der Powershopping-Anbieter blendet dabei die Zahl der noch fehlenden Käufer im Hinblick auf einen angepeilten Preis ständig ein.

Das OLG Hamburg begründete eine einstweilige Verfügung gegen einen solchen „Powershopping“-Anbieter mit einem Verstoß gegen das Rabattgesetz, da das „Powershopping“-Konzept nach Art und Umfang als nicht handelsüblich anzusehen sei (vgl. § 7 Abs. 1 Rabattgesetz). Es handele sich um eine „nicht wirtschaftlich vernünftige Fortentwicklung“.

Das LG Köln sah im „Powershopping“-Konzept einen Verstoß „gegen die guten Sitten im Wettbewerb“, da hier der Warenabsatz mit „sittenwidriger Ausnutzung der Spiellust“ gekoppelt werde.

Im Zusammenhang mit diesen Entscheidungen und den jüngsten Äußerungen von Regierungsvertretern zum Rabattgesetz fragen wir die Bundesregierung:

1. Welche Folgerungen zieht die Bundesregierung aus der Auffassung, dass Powershopping-Geschäfte als nicht handelsüblich anzusehen seien und dass solche Formen der Rabatte unzulässig seien?
2. Ist die Bundesregierung der Ansicht, dass Internet-Nutzer beim „Powershopping“ durch Ausnutzung ihrer „Spiellust“ zu einem Vertragsschluss „genötigt“ werden und insoweit der Verbraucherschutz nicht gewährleistet sei?
3. Sieht die Bundesregierung „Powershopping“ als wünschenswert an?

4. Wenn nein, welche Maßnahmen trifft die Bundesregierung im Hinblick auf die Gefahr, dass „Powershopping“-Anbieter ihren Sitz ins Ausland verlegen und von dort aus ihre Dienste auch für den deutschen Markt anbieten?
5. Wenn ja, welche gesetzgeberischen Maßnahmen beabsichtigt die Bundesregierung im Hinblick auf die bisherige ablehnende Haltung der Rechtsprechung?
6. Bis wann und in welchem Umfang soll das Rabattgesetz im Hinblick auf entsprechende Planungen der Bundesregierung abgeschafft bzw. aufgehoben werden?
7. Sind weitere gesetzliche Änderungen im Hinblick auf „Powershopping“-Geschäfte kurzfristig geplant?
8. Welche anderen, neuartigen Vertriebsformen im Internet sind der Bundesregierung bekannt, und welche rechtlichen Probleme sind zu erwarten?

Berlin, den 9. Mai 2000

Rainer Funke
Dr. Edzard Schmidt-Jortzig
Jörg van Essen
Rainer Brüderle
Ernst Burgbacher
Horst Friedrich (Bayreuth)
Dr. Helmut Haussmann
Dr. Heinrich L. Kolb
Jürgen Koppelin
Sabine Leutheusser-Schnarrenberger
Hans-Joachim Otto (Frankfurt)
Cornelia Pieper
Dr. Hermann Otto Solms
Dr. Wolfgang Gerhardt und Fraktion